

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Spiritual merupakan kebutuhan bawaan manusia itu sendiri yang berhubungan dengan sesuatu yang lebih besar dari diri manusia. Hal ini sejalan dengan pendapat Tischler, ia menyatakan bahwa spiritual mirip atau dengan suatu cara, berhubungan dengan emosi atau perilaku dan sikap tertentu dari seorang individu menjadi seorang yang spiritual berarti menjadi seorang yang terbuka, memberi, dan penuh kasih.¹

Orientasi wirausaha adalah cara berpikir dan bertindak yang mendorong seseorang atau perusahaan untuk melihat dan memanfaatkan peluang, serta mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Lumpkin dan Dess, ia menyatakan Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek

¹ Kurniyatul Faizah, '*Spiritualitas dan Landasan Spiritual (Modern And Islamic Values); Definisi dan Relasinya dengan Kepemimpinan Pendidikan*', Jurnal Ar-Risalah : Media Keislaman, Pendidikan dan Hukum Islam, 19.1 (2021) 69-86 (h. 72).

kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif.²

Pelaku usaha muslim atau pelaku usaha yang menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam disebut sebagai pelaku usaha syariah.³ Wirausaha atau *Entrepreneurs* merupakan agen perubahan ekonomi yang strategis sehingga Indonesia dapat berubah dari Negara berpendapatan menengah ke bawah (*lower middle income country*) menjadi Negara berpendapatan menengah ke atas (*upper middle income country*). Namun, ada sebagian *entrepreneur* yang terjebak hanya semata-mata mencari kekayaan materi tanpa memperdulikan nilai-nilai dan etika serta ajaran spiritual keagamaan sebagai unsur pengendalian aktivitas yang dilakukan dalam berbisnis.⁴

Peran pelaku usaha muslim sangat penting dalam menentukan tujuan dan arah dari sebuah bisnis. Mereka merupakan orang-orang yang memiliki kemampuan secara intuisi dalam melihat dan mengelola setiap peluang yang ada, yaitu kesempatan usaha yang mampu

² Calvin Hamel, Andi Wijaya, 'Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UMKM di Jakarta Barat', Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 2.4 (2020), (h. 864).

³ Ika Yunia Fauzia, 'Perilaku Pebisnis Dan Wirausahawan Muslim Dalam Menjalankan Asas Transaksi Syariah', Jurnal Akuntansi Multiparadigma Jamal, 9.1 (2018), (h. 38).

⁴ Sutono, 'Islamic Spiritual Entrepreneurship Dalam Menumbuhkan Kesejahteraan Masyarakat Pesisir Pada Para Pengusaha Ujung Pangkah Dan Panceng Kabupaten Gresik' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020), h. 14.

dimanfaatkan untuk meraih keuntungan menuju kesuksesan serta mencapai keberlangsungan usaha bagi jangka panjang. Potensi yang dimiliki pelaku usaha ini adalah hasil perpaduan nilai spiritual yang mereka terapkan dengan bentuk kreativitas hingga konsistensi mereka dalam membangun usaha tersebut. Kecerdasan wirausaha muslim berpadu dengan nilai spiritualitas Islam mampu membentuk kekuatan kecerdasan spiritual Islam yang sebenarnya ada pada tiap-tiap manusia. Hal tersebut menjadi potensi bagi pelaku usaha dalam mengelola bisnis ditengah pengembangan usaha untuk mencapai keberlangsungan usaha menurut perspektif Islam.⁵

Untuk mewujudkan pelaku usaha muslim hendaknya dalam berwirausaha memiliki ciri-ciri spiritual *entrepreneurship*. Ciri-ciri spiritual *entrepreneurship* adalah: 1) wirausaha memiliki etos kerja dengan kerja kerasnya sehingga disiplin dalam berbisnis. 2) bekerja bukan hanya urusan dunia tapi juga untuk akhirat. 3) bekerja dengan menggunakan kecerdasan akal. 4) sadar bahwa dia sebagai khalifah.⁶

Namun tak dapat dipungkiri bahwa seiring akan perkembangan pengetahuan dan teknologi sekarang ini

⁵ Hanifiyah Yuliatul Hijrah, 'Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan', Jurnal Peradaban Islam, 12.1 (2016), 187–208 (h.190).

⁶ Suharni, 'Spiritual Entrepreneurship Pengikut Tarekat Khalwatiyah Samman Dalam Mengelola UMKM Di Kota Parepare' (Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2022), h. 4.

yang semakin maju, telah terjadi pergeseran dalam aspek kehidupan sehingga paham agama kurang diperhatikan. Banyak manusia yang semakin mendewa-dewakan ilmu pengetahuan dan teknologi tanpa diiringi oleh nilai keilahian. Akibatnya, menciptakan fenomena krisis spiritual yang terjadi era modern sekarang ini. Krisis spiritual sendiri dapat kita artikan sebagai sifat kerohanian seseorang yang telah pudar di mana telah terjadi kelalaian atau pengingkaran unsur-unsur ketuhanan dalam dirinya.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri *fashion* muslim mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia, termasuk di Kota Bengkulu. Bencoolen Indah Mall sebagai salah satu pusat perbelanjaan utama di kota ini menjadi tempat berkumpulnya berbagai pelaku usaha *fashion* muslim yang menawarkan produk-produk dengan beragam model dan kualitas. Namun, meskipun potensi pasar yang besar, tidak semua pelaku usaha mampu meningkatkan penjualan secara optimal.

Hasil pengamatan awal di Bencoolen Indah Mall (BIM) Bengkulu menunjukkan bahwa pelaku usaha *fashion* muslim memiliki karakteristik dan pendekatan bisnis yang beragam. Beberapa pelaku usaha menunjukkan orientasi kewirausahaan yang kuat, seperti inovasi produk, strategi pemasaran yang agresif, dan manajemen usaha yang terstruktur. Di sisi lain, terdapat

pula pelaku usaha yang menjadikan nilai-nilai spiritual sebagai landasan dalam menjalankan bisnisnya, seperti kejujuran, keikhlasan, dan kepercayaan kepada Tuhan. Fenomena ini mencerminkan hubungan erat antara pelaku usaha muslim dengan produk yang mereka jual, seperti busana muslim dan peralatan busana muslim. Idealnya, para pelaku usaha tersebut tidak hanya memiliki jiwa kewirausahaan yang baik, tetapi juga jiwa spiritual yang berlandaskan ajaran agama.

Jika dilihat dari aspek kewirausahaan, pelaku usaha *fashion* muslim di BIM Kota Bengkulu umumnya telah menunjukkan jiwa kewirausahaan yang baik. Hal ini terlihat dari keberanian mereka dalam mengambil risiko, orientasi pada hasil, serta kemampuan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Dengan demikian, dari segi kewirausahaan, sebagian besar pelaku usaha telah memenuhi indikator yang memadai. Namun, dari segi spiritual, penerapannya masih belum maksimal. Contohnya, terdapat pelaku usaha yang menunda pelaksanaan ibadah shalat ketika waktu shalat telah tiba karena tetap melanjutkan aktivitas berjualan. Selain itu, ada pula pelaku usaha yang tidak menampilkan identitas muslim dalam cara berpakaian, meskipun mereka menjual produk busana muslim.

Padahal, pelaku usaha yang mematuhi nilai-nilai kewirausahaan dalam perspektif syari'at Islam dapat memperoleh keunggulan dalam berwirausaha. Keunggulan tersebut tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan materi, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual. Kebutuhan spiritual yang dimaksud adalah tercapainya keberkahan dan ridha Allah SWT, yang sangat penting dalam kehidupan dan bahkan lebih utama dibandingkan kebutuhan materi. Oleh karena itu, integrasi antara orientasi kewirausahaan dan nilai-nilai spiritual menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha *fashion muslim* di BIM Kota Bengkulu.

Dari penelitian sebelumnya lebih banyak membahas fokus pada kewirausahaan secara umum atau retail pada sektor tertentu seperti retail atau makanan. Beberapa penelitian juga membahas spiritualitas dalam kewirausahaan, Meskipun begitu belum banyak studi yang secara spesifik meneliti secara eksplisit bagaimana nilai-nilai spiritual dan kewirausahaan saling berinteraksi untuk mempengaruhi dalam konteks meningkatkan penjualan. Oleh Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi kekosongan tersebut.

Dengan demikian, penting untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap Spiritual dan Orientasi

Wirausaha dalam Meningkatkan Penjualan pada Pelaku Usaha *Fashion* Muslim. Spiritual inilah yang kemudian bisa dipakai landasan dalam pelaksanaan berwirausaha dan yang mampu diimplementasikan di dalam aktivitas bisnis guna mencapai keberlangsungan usaha, yaitu pada tahapan pengelola produksi, pemasaran, permodalan, serta sumber daya manusia, yang hasilnya dapat saling bersinergi membentuk sebuah keberlangsungan usaha sesuai ajaran agama. Orientasi keberlangsungan usaha yang dilandasi dengan spiritual tidak hanya mencapai profit, namun juga untuk mencapai benefit yaitu keridaan Allah SWT.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Spiritual dan Orientasi Wirausaha Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi pada Pelaku Usaha *Fashion* Muslim di Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana spiritual dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim?
2. Bagaimana orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana spiritualitas dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim.
2. Untuk mengetahui bagaimana orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan pelaku usaha *fashion* muslim.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian tentang Spiritual dan Orientasi wirausaha dalam meningkatkan Penjualan memiliki berbagai kegunaan yang bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Menjadi acuan bagi para peneliti selanjutnya untuk penelitian yang berkaitan dengan Spiritual dan Orientasi Wirausaha dalam meningkatkan penjualan.
 - b. Bagi program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu merupakan tambahan penelitian studi kasus selanjutnya untuk dikembangkan sebagai ilmu pengetahuan ekonomi yang berkaitan dengan Spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan pelaku usaha *fashion* muslim.

2. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan sebagai bahan literasi serta bahan informasi bagi masyarakat.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan atau rujukan bagi UMKM, Pelaku usaha, Pengelola lembaga wirausaha agar bisa berkembang lebih baik.
- c. Hasil penelitian ini bisa dijadikan panduan bagi perorangan atau komunitas yang ingin membuat wirausaha yang berbasis pada ajaran Islam.

E. Penelitian Terdahulu

1. Nila Rosdiana yang berjudul **Peran Orientasi Kewirausahaan Islami dan Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Koaki Store)**. **Tujuan** untuk mengukur keberadaan orientasi kewirausahaan dengan menggunakan pandangan Islam serta keunggulan dalam bersaing untuk meningkatkan pemasaran bisnis Koaki Store. Peneliti menggunakan **metode** penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif sehingga hasil penelitian bisa relevan dengan fokus penelitian yang dikaji. Sumber data yang digunakan adalah hasil wawancara dengan pemilik Koaki store serta beberapa referensi yang menunjang hasil

analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi lapangan hingga wawancara mendalam. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah metode *Miles dan Huberman*. **Hasil** penelitian menunjukkan apabila dalam orientasi kewirausahaan Islam, Koaki store telah mengimplementasikan indikator inovasi, berani dan ambisi namun masih jauh dalam pemenuhan aspek tidak bergantung dengan pihak lain. **Perbedaan** penelitian ini terletak pada subjek, objek, dan lokasi penelitiannya, sedangkan **persamaan** terletak pada metode penelitiannya yaitu kualitatif.⁷

2. Hanifah Yuliatul Hijrah yang berjudul **Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan**. **Tujuan** untuk mengetahui pada paradigma tauhid dalam mewujudkan keseimbangan yang harmonis antara aspek dunia dan akhirat. **Metode** penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang mengkaji aspek spiritualitas Islam yang yang dimana berpotensi bagi kewirausahaan Islam dalam mencapai keberlangsungan usaha. **Hasil** penelitian ditemukan tujuh unsur kecerdasan spiritual menurut perspektif Islam, yaitu iman, takwa, moralitas, *siddiq*, *amanah*,

⁷ Zuhri M Nawawi Nila Rosdiana, 'Peran Orientasi Kewirausahaan Islami Dan Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasara', Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, 1.1 (2023), 156–66.

tabligh, fatahanah, disiplin, visioner, dan empati. Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya. *Persamaan* terletak pada objek penelitiannya.⁸

3. Naufal Tijani dkk yang berjudul **Makna Spiritualitas dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim (Studi Fenomologi Mengenai Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim di Kota Bandung)**. **Tujuan** penelitian ini untuk menganalisis pengalaman pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis, untuk menganalisis makna pengalaman yang memiliki nilai spiritualitas pengusaha muslim dalam perilaku bisnis, dan untuk menganalisis motif para pengusaha muslim yang memiliki nilai spiritualitas dalam perilaku bisnis. **Metode** yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif serta menggunakan juga pendekatan fenomenologi pada penelitian. Peneliti melakukan wawancara mendalam dan observasi selama proses penelitian ini. **Hasil** dari penelitian ini didapati bahwa peran dari orang terdekat dari para key informan seperti orang tua mampu memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan masing-masing key informan. **Perbedaan** penelitian ini terletak pada lokasi

⁸ Hanifiyah Yuliatul Hijrah, 'Spiritualitas Islam Dalam Kewirausahaan', Jurnal Peradaban Islam, 12.1 (2016), 187–208.

penelitian. **Persamaan** terletak pada objek dan subjek penelitiannya.⁹

4. Hamzah yang berjudul **Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan** untuk mencoba mengkaji nilai-nilai spiritual *entrepreneurship* yang terkandung dalam kegiatan ekonomi Islam. Dalam Islam, kegiatan berwirausaha bukan semata-mata kegiatan yang diorientasikan untuk kepentingan duniawi, laba dan lainnya, namun juga memiliki keterkaitan dengan nilai-nilai spiritualitas yang bersumber pada ajaran-ajaran agama (ukhrawi). Karena itu, dalam melakukan kegiatan kewirausahaan, pelaku usaha hendaknya melandaskannya pada nilai-nilai mulia tersebut. **Metode** penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analitis, dan dari pembahasan didapatkan **hasil** kesimpulan bahwa nilai-nilai spiritualitas kewirausahaan tercermin dalam sikap dan perilaku pelaku usaha, yaitu bersikap jujur, amanah, menjauhi kecurangan, percaya diri (*self confidence*), dan berorientasi tugas dan hasil. **Perbedaan** penelitian ini terletak pada subjek

⁹ Naufal Tijani, Ike Junita, and Ferry Darmawan, 'Makna Spiritualitas Dalam Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim Perilaku Bisnis Pengusaha Muslim', SEIKO : Journal of Management & Business, 5.2 (2022), 53-64.

penelitiannya, sedangkan **persamaan** terletak pada objek penelitiannya.¹⁰

5. Aning Az Zahra dkk yang berjudul **Intensi Berwirausaha Pengusaha Muslim: Peran Nilai-Nilai Keislaman dalam Pendirian Usaha**. Tujuan untuk memahami sejauh mana peran nilai-nilai keislaman membentuk intensitas berwirausaha pada wirausahawan Muslim. Penelitian ini menggunakan **metode** pendekatan deskriptif kualitatif dan melibatkan lima orang partisipan. Data dikumpulkan menggunakan wawancara semi terstruktur dan dianalisis menggunakan empat tahap analisis Intensi yang Islami diarahkan pada praktik manajemen usaha yang Islami dengan mengedepankan etika bisnis, pelayanan yang unggul, dan solidaritas dalam komunitas Muslim. **Perbedaan** penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, sedangkan **persamaan** terletak pada objek penelitiannya.¹¹
6. Husni Muharam yang berjudul **Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Industri Kecil Bidang Agro dan Hasil Hutan di**

¹⁰ Hamzah, 'Nilai-Nilai Spiritual Entrepreneurship (Kewirausahaan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal SYAR'IE, 4.1 (2021), 43–53.

¹¹ Aftina Nurul Husna Aning Az Zahra, 'Intensi Berwirausaha Pengusaha Muslim : Peran Nilai-Nilai Keislaman Dalam Pendirian Usaha', Jurnal Psikologi Integratif, 9.2 (2021), 194–208.

Kabupaten Garut). Tujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengembangan usaha pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Agro yang telah memiliki Nomor Induk Industri (NII) di Kabupaten Garut. **Metode** yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. **Hasil penelitian** ini menunjukkan bahwa dari ketiga variabel penelitian, secara deskriptif, semua kriterianya cukup tinggi. Pengaruh orientasi kewirausahaan dan karakteristik perusahaan terhadap pengembangan usaha menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. **Perbedaan** penelitian terletak pada subjek, objek penelitian dan lokasi penelitian. **Persamaan** terletak pada metode penelitiannya yaitu kualitatif.¹²

7. Sumiati yang berjudul **Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya. Tujuan penelitian** untuk menganalisis pengaruh orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan Industri Kecil Menengah (UKM) di Surabaya. **Metode** yang digunakan deskriptif eksploratif dengan mengambil 75 sampel

¹² Husni Muharam, 'Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada Industri Kecil Bidang Agro dan Hasil Hutan di Kabupaten Garut)', Jurnal Wacana Ekonomi Muharam, 18.2 (2019), 74-87.

UKM dengan pemilik atau pengelola sebagai responden, data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, tetapi orientasi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan UKM di kota Surabaya, sedangkan uji hipotesis menggunakan uji F menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan karena nilai probabilitas signifikan ditemukan lebih kecil dari alfa 0,05, hal ini berarti UKM di Surabaya sebaiknya mengadopsi orientasi wirausaha untuk melanjutkan operasional bisnisnya. **Perbedaan** terletak pada metode penelitian yang digunakan, serta lokasi penelitian yang berbeda. **Persamaan** terletak pada objek penelitian yaitu UMKM.¹³

8. Yuridistya Primadhita, Eka Avianti Ayuningtyas, Anggraita Primatami yang berjudul **Model Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Kinerja Wirausaha Perempuan di Bogor**. **Tujuan** untuk menguji pengaruh langsung orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis serta

¹³ Sumiati, 'Pengaruh Strategi Orientasi Pasar Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya', Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, 1.1 (2015), 31-44.

pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan yang dimediasi oleh strategi bisnis terhadap kinerja wirausaha perempuan di Bogor. **Metode penelitian** ini menggunakan data primer dari 50 wirausaha perempuan di Bogor. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja wirausaha perempuan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang dimediasi oleh strategi bisnis berpengaruh lebih besar terhadap peningkatan kinerja wirausaha perempuan. Perbedaan penelitian terletak pada subjek, objek, dan lokasi penelitiannya.¹⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data secara langsung dari pelaku usaha fashion muslim di Bencoolen

¹⁴ Yuridistya Primadhita, Eka Avianti Ayuningtyas, Anggraita Primatami, 'Model Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Kinerja Wirausaha Perempuan di Bogor', Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 23.1 (2021), 1-13 .

¹⁵ Adimas Fahmi Firmansyah, 'Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Toko Santri Syariah Surakarta)' (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2019).

Indah Mall Kota Bengkulu. Dengan melakukan penelitian di lapangan, dapat mengamati secara langsung bagaimana aspek spiritual dan orientasi wirausaha diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari serta bagaimana hal tersebut berkontribusi dalam meningkatkan penjualan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan untuk memahami konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi perilaku pelaku usaha secara lebih mendalam dan autentik.¹⁶

Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana nilai-nilai spiritual dan sikap kewirausahaan mempengaruhi strategi dan motivasi dalam meningkatkan penjualan. Dengan demikian, data yang diperoleh tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan wawasan mendalam tentang dinamika internal pelaku usaha dalam mengelola bisnisnya.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan April 2025 sampai dengan Mei 2025. Lokasi penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu Para pelaku usaha *fashion* muslim yang ada di Bencoolen

¹⁶ Djam Satori and Aan Komariah, 'Metodologi Penelitian Kualitatif', 2009 h.5.

Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu. Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui spiritual dan orientasi seorang pelaku usaha *fashion* muslim dalam meningkatkan penjualannya. Pembagian waktu penelitian direncanakan sebagai berikut:

- a. Minggu pertama: Observasi lapangan
- b. Minggu kedua hingga ketiga: Wawancara mendalam
- c. Minggu keempat: dokumentasi dan analisis awal data.

3. Subjek/Informan Penelitian

Informan adalah subjek penelitian yang memberikan informasi mengenai keadaan yang diangkat dari penelitian.¹⁷ Informan adalah seseorang yang memberikan informasi atau data tentang fenomena atau kejadian yang sedang diteliti. Teknik pemilihan subjek yang dilakukan dengan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu ini adalah standar atau patokan yang digunakan untuk memilih yang sesuai dengan tujuan dalam penelitian dalam teknik

¹⁷Ade Herman, *Informasi dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pres; 2018), h. 8 .

purposive sampling.¹⁸ Pemilihan metode ini dianggap mampu menyajikan subjek/informan yang representatif terhadap tujuan penelitian serta dasar pengelompokannya.

- a. Pelaku usaha fashion muslim yang beroperasi di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.
- b. Memiliki pengalaman minimal 1 tahun dalam menjalankan usaha.
- c. Memiliki orientasi spiritual dan wirausaha yang dapat diobservasi.
- d. Bersedia menjadi informan dan memberikan data yang valid.

Pada penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah 7 pelaku usaha fashion muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu. Jadi peneliti memilih informan di atas karena diharapkan dapat mempunyai korelasi dan sudah bisa memberikan informasi terkait permasalahan di dalam penelitian ini tentang spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan para pelaku usaha *fashion* di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.

4. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa sumber data, baik sumber data primer dan

¹⁸ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Alfabeta, 2018).

sekunder, adapapun yang dimaksud dengan sumber data primer dan sekunder adalah :

a. Data Primer

Data primer ialah jenis data yang dikumpulkan lewat sumber aslinya yang tidak melewati perantara, data primer ini didapatkan dari subjek studi secara langsung dengan menggunakan peralatan pengambilan data ataupun peralatan ukur secara langsung kepada subjek sumber pesan didapatkan.¹⁹ Data ini dikumpulkan penulis sendiri serta tergolong data yang tidak pernah didapatkan awalnya. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari hasil interview (wawancara), pengamatan (observasi), dan dokumentasi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang bersumber dari instansi terkait, serta dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan sebagai informasi pelengkap dalam penelitian ini. Data ini didapatkan secara tidak langsung ataupun tidak melewati subjek studi yang biasanya didapatkan lewat internet,

¹⁹ Fildza Malahati and others, "Kualitatif : Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi" Jurnal Pendidikan Dasar, 11.2 (2023), 344.

perpustakaan, jurnal, skripsi dan data yang dipublikasikan dalam internet.²⁰

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan lebih banyak pada observasi berpartisipansi (participant observasi), wawancara mendalam (in depth interview) dan dokumentasi.²¹

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.²²

Maka dalam penelitian ini teknik pengumpulan data

²⁰ Annisa Rizky Fadilla and Putri Ayu Wulandari, "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data" *Mitita Jurnal Penelitian*, 1.No 3 (2023), 36.

²¹ Titin Pramiyati, Jayanti Jayanta, and Yulnelly. 'Peran Data Pembentukan Skema Konseptual yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil)', *Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 8.2 (2017), pp. 679-86.

²² Prof.Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi 2 (Alfabeta, 2022).

dilaksanakan menggunakan triangulasi yaitu gabungan observasi, wawancara, dokumentasi, misalnya saat sedang melakukan wawancara kepada narasumber disertai dengan pengambilan dokumentasi berupa foto atau gambar atau sedang observasi dapat disertai dengan wawancara pada responden di sana. Jadi teknik pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan observasi wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati atau memantau secara langsung terhadap fenomena atau kejadian yang sedang terjadi. Menyatakan bahwa, dalam penelitian observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu untuk mendapatkan informasi atau fenomena yang diinginkan.²³ Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati langsung aktivitas, perilaku dan nilai-nilai para pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.

²³ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. metode penelitian manajemen.

b. Wawancara

Teknik wawancara adalah pengumpulan dengan melakukan Tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terkait dan berhadapan langsung dengan informan. Dalam hal ini teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur yaitu suatu wawancara yang disertai dengan suatu pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya dan pertanyaannya dapat berkembang dengan jalannya wawancara.²⁴

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan informan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan penelitian. Wawancara ini dilakukan dengan para pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data. Dengan demikian, maka dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis berhubungan dengan masalah penelitian baik dari sumber

²⁴ Rola Pola Anto and others, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Penerapannya, Angewandte Chemie International Edition*, 6 (11), 2024, 61-62.

dokumen yang terbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan kebijakan, dll.²⁵

Dokumentasi ini dilakukan untuk sebagai penguat tanda bukti bahwa peneliti telah menjalankan penelitian ini dengan baik, dokumentasi pada penelitian ini dibuktikan dengan foto-foto saat melakukan wawancara. Metode dokumentasi dalam penelitian ini juga digunakan untuk memperoleh berbagai data atau informasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel.

²⁵ Nur Hikmatul Auliya Hardani, and others, *Buku Metode Penelitian Kualitatif*, *Revista Brasileira de Linguistica Aplicada*, 5 (2020), 149-157.

Aktivitas dalam analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang disebut dengan Analisis Data Model *Miles and Huberman*. Aktivitas dalam analisis data ini mencakup tiga langkah utama.²⁶

a. Reduksi Data (*Data Reduction*):

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dengan mencari tema dan pola. Dengan demikian, data yang telah direduksi memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya atau mencarinya bila diperlukan. Tujuan reduksi data adalah menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalan di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti mereduksi data dengan memfokuskan bagaimana nilai-nilai spiritual dan sikap kewirausahaan dapat mendorong strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan performa penjualan

²⁶ Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d'*, 2013.

b. Penyajian Data (*Data Display*):

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dengan menyajikan data, peneliti lebih mudah memahami apa yang terjadi dan merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, atau flowchart. Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan para pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Langkah akhir dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk ditarik sebuah kesimpulan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi lebih terang, atau berupa hubungan kausal, interaktif,

hipotesis, atau teori. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini bertujuan menjelaskan sejauh mana spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan pada pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu.

7. Uji Validitas Data

Menurut sugiyono, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek peneliti dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data "yang tidak berbeda" antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Pada penelitian kualitatif data bisa dikatakan valid jika antara laporan peneliti dan fakta yang ada dilapangan sama. Namun kebenaran realitas data pada penelitian kualitatif bersifat jamak dan dipengaruhi oleh kontruksi manusia. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan uji validitas data, triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik. Dalam Sugiyono, triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dan dilakukan dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan

teknik pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini Triangulasi teknik digunakan untuk memvalidasi data yang dikumpulkan dari para pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall Kota Bengkulu, sehingga data yang dikumpulkan dapat memastikan keabsahan dan kendala dipercaya dan akurat.

G. Sistematika Penulisan

Pada dasarnya sistematika merupakan gambaran-gambaran umum dari keseluruhan isi penulisan penelitian ini, sehingga dapat memudahkan untuk mencari hubungan antara satu pembahasan dengan pembahasan yang lainnya. Penulisan jurnal ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan, berisi uraian yang membahas dan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian yang menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data dan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian teori dan kerangka berpikir, berisi tentang pembahasan pokok. Kajian teori yang berisi

tentang teori-teori yang terkait dengan spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan.

BAB III : Gambaran umum tentang objek penelitian, Bab berisi tentang Sejarah Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu, kondisi geografis dan demografis BIM, serta visi dan misi BIM.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan, Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai spiritual dan orientasi wirausaha dalam meningkatkan penjualan pada pelaku usaha *fashion* muslim di Bencoolen Indah Mall (BIM) Kota Bengkulu.

BAB V : Kesimpulan dan saran, Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan pada penelitian ini dan saran yang diberikan oleh peneliti.

